

UOT 330

MÜƏSSISƏNİN INNOVATİV FƏALİYYƏTİNİN TƏDQIQI: NƏZƏRİ VƏ TƏCRÜBİ KONSEPTUAL ÜMUMİLƏŞDİRMƏ

K. Q. BAXŞƏLİYEV
Dövlət İdarəçilik Akademiyası

Məqalədə müəssisənin innovativ fəaliyyəti müxtəlif nəzəri aspektlərdən şərh olunmuş, innovativ fəaliyyətin məqsədləri müəyyən edilmiş, innovativ fəaliyyətin idarə edilməsində müəssisənin missiyasının rolu əsaslandırılmışdır. Müəssisənin innovativ fəaliyyətinin təmin edilməsi şərtləri və əhəmiyyəti açıqlanmış, müəssisələrdə innovativ fəaliyyətin aparılması təcrübəsi ümumiləşdirilmiş və onun təkmilləşdirilməsi ilə bağlı müvafiq tövsiyələr verilmişdir.

Açar sözlər: innovativ fəaliyyət, müəssisə, müəssisənin missiyası, innovasiya biznesi.

Son illər respublika və onun bölgələri səviyyəsində innovasiya fəaliyyəti ilə bağlı kifayət qədər böyük miqdarda sənədlər qəbul olunmuşdur. Lakin onların reallaşdırılması hələlik gözlənilən nəticələri verməmişdir. Mövcud dövlət idarəetmə mexanizmi innovasiya fəaliyyətini kifayət dərəcədə stimullaşdırmır. Innovasiya cəhətdən fəal müəssisələrin payı 8,3% təşkil edir ki, bu da inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə çox aşağıdır.

Müasir şəraitdə ölkə iqtisadiyyatının normal fəaliyyəti və dayanıqlı inkişafı üçün bütövlükdə rəqəbatqabiliyyətliliyinin yüksəlməsini təmin edən, eləcə də biliklərə və elmin son nailiyyətlərinə əsaslanmaqla cəmiyyətdə istifadə üçün uyğunlaşdırılan yeni idarəetmə texnologiyaları tələb olunur. Odur ki, iqtisadiyyatın innovasiyalı inkişaf tipinə və resursların yeni istifadə üsullarına əsaslanan yeni texnoloji baza formalaşdırmaq lazımdır.

Ölkədə idarəetmə sisteminin inkişafı dövlətin qarşıya qoyduğu məqsəd və vəzifələrin müəyyən edilməsi və bunlara nail olunması prosesində meydana çıxan sistemyaradıcı problemlərin həlli ilə bağlıdır. Azərbaycanın sənaye müəssisələrinin idarəetmə sisteminin mahiyyəti hər şeydən əvvəl, fəaliyyət və inkişaf, stabillik və dinamika, inkişafın maddi və mənəvi tərəfləri arasında ziddiyyətlərin həllindən ibarətdir. Bunun üçün isə, ilk növbədə, ölkədə həmin müəssisələrin innovativ inkişaf istiqamətlərini formalaşdırmağa imkan verən elmi-nəzəri konsepsiyayı işləyib hazırlamaq zərurəti meydana çıxır.

1. Müəssisənin innovativ fəaliyyətinin müxtəlif aspektlərdən şərh

Innovasiya innovativ fəaliyyətin son nəticəsi olduğundan bu anlayışın tərifinə müxtəlif yanaşmaları nəzərdən keçirmək lazımdır. Bir sıra tədqiqatçıların (E.M. Roqov, V.P. Vorobyov [1, s. 7], R.A. Fatxutdinov [2, s. 45-46], M.I. Kamenetskii, G.A. Denisov [3] və başqaları) fikrincə, innovativ fəaliyyət - bazarda satılan yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsula və ya praktiki fəaliyyətdə istifadə edilən təkmilləşdirilmiş

texnoloji prosesa elmi-tədqiqat və işləmələrin yekunlarının real bir şəkil almasına yönəlmiş prosesdir. V.N. Arxangelcki [4], S.D. Ilyenkova [5], G.S. Həmidov [6], P.N. Zavlin [7, 8] kimi tədqiqatçılar innovasiyanı, onun yalnız yaradılması prosesi ilə eyniləşdirməməklə, daha geniş şərh edirlər, bizim fikrimizcə, bunu daha məntiqi hesab etmək olar.

G.S. Həmidov hesab edir ki, innovativ fəaliyyət - yeni elmi biliklərin, ideyaların, kəşflərin və ixtiraların, eləcə də mövcud və yoxlanılmış elmi texnologiyaların, sistem və avadanlıqların istifadəsi və tətbiqi əsasında sosial praktikada həyata keçirilməsinə yönəlmiş insan qrupu fəaliyyətinin sistemli növüdür [6, s. 8]. P.N. Zavlin innovativ fəaliyyəti, daxili və xarici bazarlarda sonradan tətbiq etmək və səmərəli reallaşdırmaq şərti ilə, buraxılan məhsulun nomenklaturasının genişləndirilməsi, yeniləşdirilməsi, keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, istehsal texnologiyasının təkmilləşdirilməsi üçün elmi-tədqiqat və işləmələrin nəticələrinin istifadəsinə yönəldilmiş fəaliyyət kimi təqdim edir [8, s. 14].

Marketing komponentinin iştirakı ilə innovativ fəaliyyətinin şərhini verən V.P. Barançeyev və V.N. Qunin bu fəaliyyəti texniki, texnoloji, təşkilati-iqtisadi yeniliklərin işlənilib hazırlanması və praktiki mənimsənilməsi sferası kimi qəbul edirlər ki, bura da təkcə innovativ prosesləri deyil, həm də və malların bazarlarının, onların istehlak xassələrinin marketing tədqiqatlarını, eləcə də informasiya, konsaltinq, sosial və digər xidmətlərin təşkilinə yeni bir yanaşmanı daxil edirlər [9].

Müəssisənin innovativ fəaliyyəti dedikdə, bütövlükdə yeniliklərə fərdi tələbi, eləcə də cəmiyyətin tələbatını ödəmək ucun yeni və ya yaxşılaşdırılmış məhsulların (xidmətlərin) və onların istehsalının yeni usullarının alınması məqsədilə elmi, elmitexniki və intellektual potensialdan istifadə uzrə tədbirlər sistemi başa düşülür [10].

2. Innovativ fəaliyyətin məqsədlərinin müəyyən edilməsi

İnvestisiya fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikası Qanununun 2-ci maddəsinə əsasən, istehsalata və sosial sahəyə elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərini tətbiq etmək üçün investisiya fəaliyyətinin bir forması kimi innovativ fəaliyyət həyata keçirilə bilər. Innovativ fəaliyyətə aşağıdakılar daxildir [11, s.13]:

- uzunmüddətli elmi-texniki proqramların həyata keçirilməsi;

- iqtisadiyyatın strukturunun təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə məhsuldar qüvvələrin vəziyyətində keyfiyyət dəyişiklikləri etmək üçün fundamental tədqiqatların maliyyələşdirilməsi;

- texnika və texnologiyanın prinsipə yeni, qənaətcil novlərinin işlənilib hazırlanması, buraxılması, yayılması və tətbiqi.

İnnovativ fəaliyyətin məhsullarına innovativ layihələr; müəyyən sosial-iqtisadi, ekoloji səmərəni təmin edən istehsalda mənimsənilmiş texnoloji proseslər; elmi-texniki nailiyyətləri, nəticələri olan, prinsipə, yeni və ya yaxşılaşdırılmış məhsullar (xidmətlər) və s. aid edilir [11, s.13].

İqtisadi ədəbiyyatda innovativ fəaliyyətin əsas məqsədləri sırasına aşağıdakılar daxil olunur [12]:

- milli innovasiya sisteminin qurulması;
- innovativ fəaliyyət üçün əlverişli iqtisadi, hüquqi və sosial-mədəni mühitin yaradılması;
- yeni yüksək texnologiyalı əsasda istehsalın maddi-texniki bazasının və sosial xidmətin müasirləşdirilməsi;
- iqtisadiyyat sahələrində keyfiyyətə yeni texnoloji struktura nail olunması;
- yüksək texnologiyalı ixrac səviyyəsinin, idxalı əvəzləməyin, iqtisadi və enerji təhlükəsizliyinin artırılması;
- intellektual potensialın və əhəlinin yaradıcılığının inkişafı.

Bəzən innovativ fəaliyyətin məqsədləri aşağıdakı kimi ümumiləşdirilir [13, s. 8]: problemin yeni texniki həllinin tapılması - ixtiranın yaradılması; ETTKİ-nin həyata keçirilməsi; seriyalı məhsul istehsalının yaradılması; satışın paralel hazırlanması və təşkili; bazarda yeni məhsulun tətbiqi; texnologiyanın daim təkmilləşdirilməsi yolu ilə yeni bazarlarda möhkəmlənmə; məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması.

İnnovativ fəaliyyətin son məqsədi mövcud şərtləri nəzərə almaqla, texnoloji yeniliklərin bazara çıxarılması-yəni innovativ istehsalın kommer-siyalaşdırılmasından ibarətdir [14].

“2009-2015-ci illərdə Azərbaycanda elmin inkişafı üzrə Milli Strategiya”da və onun reallaşdırılması üzrə Dövlət Proqramında göstərilir ki, əsas məqsəd yaxın illərdə təhsildə, elmdə, ümumən intellektual sahələrdə ciddi dönüş yaratmaq və informasiya və biliklər iqtisadiyyatının qurulması prosesini intensivləşdirməkdən ibarətdir [15, 16].

İnnovasiyaların yuxarıda sadalanan xassələri əsasında innovativ fəaliyyətə innovasiya prosesinin müəyyən məqsədi, onun reallaşdırılması və müsbət nəticələr əldə etmək vasitələrinə malik iştirakçıları tərəfindən həyata keçirilən elmi, texniki, təşkilati, maliyyə və marketing fəaliyyəti nəticəsində innovasiyaların yaradılması, mənimsənilməsi və yayılması mövqeyindən yanaşmaq lazımdır.

3. Innovativ fəaliyyətin idarə edilməsində müəssisənin missiyasının rolu

İnnovativ ideologiyanın məqsədi bütün sənaye strukturları üçün universaldır və əməkdaşlarda innovativ inkişaf dayanıqlı qavrayış, davranış tipləri, dəyərli hədəflər haqqında fikir formalaşmasından ibarətdir. Innovativ ideologiya öz əksini müəssisənin missiyasında tapmışdır.

Müəssisənin missiyası-bu, müəssisənin hər hansı bir şəkildə həmin müəssisə ilə bağlı bütün insanı qruplarına öz münasibətini müəyyən etməyə imkan verən müəssisə davranışlarının ümumən mövcudluğunu və əlamətlərini ifadə edir [17]. Müəssisənin missiyası bazar mühitində kommunikasiya əlaqələrinin nizamlanmasının əvəzsiz vasitəsi kimi son dərəcə əhəmiyyətli, o, müəssisənin fəaliyyətinin gələcək nəticəsi kimi hədəfin seçilməsi üçün əsasdır.

Müəssisənin missiyası müəyyən edilərkən, onun məhsul istehlakçıları tərəfindən axtarılan faydaların dürtü ifadə olunmasına diqqət yetirmək lazımdır. Oxşar anlayışlarda bu faydanı müəyyən edərkən bu, müəssisə və sahə məhsulunun xarakterini qabaqcadan müəyyən edən əsas xidməti göstərə bilər. T.Levitt qeyd edir ki, müəssisənin maraqları baxımından onun qarşılaşdığı kəşşə riskinin qarşısını almaq üçün «özül» xidmətləri terminlərində öz əsas bazarını müəyyən etməlidir ki, bu da seçim problemi ilə qarşılaşmaqla istehlakçının diqqətdə saxlaya bildiyi alternativ qərarları eyniləşdirməyə imkan verir [18].

Bazarda bütün markalar eyni şəkildə alıcı üçün eyni «özül xidmətləri»ni faktiki olaraq eyni oxşar yolla təmin etdiyindən, rəqabət və texniki tərəqqinin yayılma sürətinin texnoloji yanaşmalardakı fərqləri silməsinə nəzərə alaraq xeyli sayda bazarlar üçün bu xidmətin necə reallaşdırılması və ya təqdim olunması həlledici amilə çevrilir. Buna görə də, innovasiyalarla məşğul olan müəssisələrin missiyası haqqında danışarkən, onun qanunauyğun şəkildə müxtəlif növ missiyalara xas olan bütün xüsusiyyətləri özündə birləşdirməsinə ehtiyac yaranır.

4. Müəssisələrdə innovativ fəaliyyətin aparılması təcrübəsi və onun təkmilləşdirilməsi yolları

Müstəqilliyin ilk illərində respublikamızın sənaye müəssisələrində yeni texnoloji işləmələrə uyğunlaşmaq qabiliyyəti itirilməklə, texnoloji potensial azalmış, bazarda strateji planda onların mövqeyi pisləşmiş, istər-istəməz satış həcmi aşağı düşmüşdür.

Azərbaycanda sənayenin innovativ fəaliyyətinin təhlili göstərdi ki, sənaye müəssisələrinin innovativ aktivliyinin artırılması yolunda başlıca maneələrdən biri yalnız maliyyə vəsaitlərinin çatışmamasından ibarət deyil, vəsaitləri məhz hansı ideyalara yönəltməkdən ibarətdir [19, s. 71].

Müəssisələrdə innovativ fəaliyyətin aparılması təcrübəsi göstərir ki, yenilikçi müəssisələr fəaliyyətin ilk dövrlərində bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan daxili və xarici maneələrlə qarşılaşırlar. Əsas daxili maneələrə yeniliyin yaradılması və texnoloji mənimlənməsi ucun elmi və texniki məhdudiyyətləri, ciddi maliyyə çatışmazlığını aid etmək olar. Xarici maneələrə isə bazarın yeniliklərə qarşı psixoloji və iqtisadi faktorlarla izah olunan muqavimətini, mövcud rəqiblərin maliyyə və satış şəbəkəsi ilə təmin olunmuş güclü əks reaksiyasını, müəlliflik hüquqlarının qorunmasında mövcud çətinlikləri aid etmək olar. Belə şəraitdə yenilikçi müəssisələrin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi milli iqtisadiyyatın innovativ inkişaf yoluna keçməsi ucun mühüm əhəmiyyət kəsb edir [20, s. 126].

Ölkənin sənaye sektorunu mövcud vəziyyətdən çıxarmaq üçün ilk növbədə iri müəssisələrin innovativ passivliyini aradan qaldırmaq; ikincisi, innovativ aktivliyə malik orta ölçülü şirkətlərin payını artırmaq lazımdır. Bunun üçün müəyyən ehtiyatlar vardır, lakin onlar yalnız texnologiyanın inkişafının erkən mərhələlərində müəssisələrə dəstək mexanizmlərinin köməyi ilə işə salına bilər [19, s. 70].

Azərbaycanın qeyri-neft sənayesində innovativ inkişaf istiqamətinin zəruriliyi dünya ölkələrində baş verən iqtisadi böhranların dərinləşməsi, həm daxili, həm də xarici bazarlarda məhsulların keyfiyyətinə və istehlakına tələbatın artması, bazarlarda yeni növ və rəqəbatqabiliyyətli məhsulların üstünlüyü, elmtutumlu, rəqəbatqabiliyyətli və ixrac yönümlü məhsulların istehsalı, müasir texnologiyaların istehsal imkanlarının artması, innovativ infrastruktur şəbəkəsinin qurulması, müasir sənaye sahələrinin (kosmik, nano-texnologiyalar və s.) inkişafı, sənaye komplekslərinin və parklarının yaradılması və s. bu kimi amillərlə şərtlənir [21].

Sənayeləşmiş ölkələrin bazar iqtisadiyyatının inkişaf qanunauyğunluqlarının əksinə olaraq Azərbaycanın maşınqayırma sahəsinin innovativ inkişaf fəaliyyətində formalaşmış mövcud durumun əsaslı surətdə dəyişdirilməsinə ehtiyac vardır.

Maşınqayırma sənayesi müəssisələrinin məhsullarının yenilənməsi qeyri-bərabər həyata keçirilir. Həmin bütün sənaye müəssisələrinin işinin məhz bu istiqamətinin inkişaf etdirilməsi zərurətini anlamasına baxmayaraq, Azərbaycanda innovasiya fəaliyyətinə investisiya yatırımı hələ də kifayət qədər aşağı səviyyədədir. Bir çox yerli müəssisələr səmərəli texnologiyaların tətbiqi ilə fərqlənən və beynəlxalq standartlara uyğun məhsullar istehsal etməyə imkan verən tədqiqatlara malikdirlər. Lakin, yaxın gələcəkdə

maşınqayırma müəssisələri arasında innovativ sahənin inkişafında mühüm nəticələrin əldə edilməsi problemli məsələ olaraq qalır.

Ölkəmizin qeyri-neft sənayesində innovasiyalı ssenarinin tətbiqində innovativ fəaliyyətlə bağlı vahid qanunvericilik bazasının yaradılmasına, innovativ fəaliyyətin inkişafına dəstəyin güclənməsi və bu sahənin təşkili və tənzimlənmə mexanizminin inkişafına, avadanlıq və texnologiyaların istehsalı və tətbiqi sahələrində müasir amortizasiya sisteminin tətbiqinə, innovasiya fəaliyyəti və tədqiqatları ilə məşğul olan müəssisələr üzrə stimullaşdırıcı maliyyə-kredit, vergi-fiskal sistemin və tənzimləyici mexanizmlərin tətbiqinə, ölkədə yeni texnologiyalar, innovasiya məhsulları istehsalı fəaliyyətinin dəstəklənməsinə və s. bu kimi istiqamətlərə diqqətin artırılması vacib sayılır [21].

Müəssisənin innovativ fəaliyyətinin metod və istiqamətinin seçimi, eləcə də innovativ layihələrin reallaşdırılması onların iqtisadi fəaliyyət növlərinin xüsusiyyətlərindən, resurs, texnoloji və elmi-texniki potensialından, texnika və texnologiyanın həyat dövrü mərhələlərindən, müəssisənin marketinq strategiyasından, bazarın tələblərindən asılıdır.

Nəticə

Müəssisələrin innovativ fəaliyyətinin səmərəli idarə edilməsi, bizim fikrimizcə, məhsul və texnologiyaların davamlı yenilənməsinin təmin edilməsinə, yeni satış bazarlarının açılmasına, istehsal potensialından istifadənin səmərəliliyinin artırılmasına, iqtisadiyyatın innovasiya hissəsinə investisiya axınının genişləndirilməsinə yönəldilmiş əsaslandırılmış idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsində öz əksini tapmalıdır. Bu zaman müəssisələrin uğurlu innovasiya fəaliyyəti üçün uzunmüddətli dövrdə yeni təşkilati-idarəetmə strukturlarının, texnologiyaların, mal və xidmətlərin yaradılmasına yönəldilmiş yüksək innovasiya fəaliyyətini yaratmağa qabil əlverişli xarici mühit və innovasiya potensialı lazımdır.

Innovasiyaların işlənməsi və həyata keçirilməsi sahəsində əsaslandırılmış səmərəli idarəetmə qərarlarını qəbul edərkən, ilk növbədə, innovativ fəaliyyətin idarəetmə sisteminin və onun alt sisteminin strukturu, onların formalaşmasının əsas aspektləri haqqında, innovasiyaların işlənməsi və həyata keçirilməsi prosesində məqsədli səlahiyyətlər haqqında təsəvvürə malik olmaq, eləcə də idarəetmə funksiyalarının həyata keçirilməsinin qarşılıqlı əlaqəsini, qarşılıqlı asılılığını və gedişatını izləmək imkanına malik olmaq lazımdır. Bu, elmi yanaşmalar kompleksindən istifadə etmək zərurətini göstərir. Innovativ fəaliyyətin idarə edilməsinə mövcud elmi yanaşmaların (sistemli, layihə, proqram yönümlü və s.) əhəmiyyətini və üstünlüklərini inkar etmədən innovasiyaların planlaşdırması və hazırlanması prosesində meydana çıxan problemlərin mürəkkəbliyi baxımından ümumi və xüsusi idarəetmə funksiyalarının reallaşdırılması proesi kimi idarəetmə-

nin mahiyyətinin açıqlanması lazımdır. Bu məqsədə cavab verən ən uyğun yanaşma funksional yanaşmadır.

ƏDƏBİYYAT

1. Воробьев В.П., Платонов В.В., Рогова Е.М., Тихомиров Н.Н. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. 3-е изд. СПб.: Изд-во ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов», 2008, 281 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. 4-е изд. СПб.: Питер, 2003, 400 с.
3. Денисов Г.А., Каменецкий М.И., Остапенко В.В. Прикладная наука и инновационная деятельность. Экономика и управление. М.: Диалог-МГУ, 1998, 329 с.
4. Инновационный менеджмент: Курс лекций: в двух частях / Под ред. В.Н. Архангельского. М.: Издательство РАГС, 1997, 340 с.
5. Инновационный менеджмент: учебник для Вузов/ С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин и др.; Под ред. С. Д. Ильенковой.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997, 327 с.
6. Гамидов Г. С. Основы инноватики и инновационной деятельности / Г. С. Гамидов, В. Г. Колосов, Н. О. Османов. СПб.: Политехника, 2000, 323 с.
7. Оценка эффективности инноваций / П.Н.Завлин, А.В.Васильев. СПб.: Бизнес-Пресса, 1998, 165 с.
8. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: Учебное пособие для вузов / Барютин Л.С., Валдайцев А.В. и др.; Под ред. Завлина П.Н. и др. М.: Экономика, 2000, 475 с.
9. Баранчев В.П., Гунин В.Н. Инновационный менеджмент. М., 2000, 252 с.
10. Yahudov X.M. Muəssisənin iqtisadiyyatı. Dərslik. Bakı: Cıraq, 2007, 505 s.
11. Musayev A. İnnovasiya iqtisadiyyatı və vergi stimullaşdırması. Bakı. "Azərbaycan Universiteti" nəşriyyatı, 2014, 184 s.
12. Гусейнова А.Д., Роль науки в национальной инновационной системе//Информационно-аналитический журнал «Новости науки и технологий», Минск:ГУ «БелИСА», 2009, №1(10)].
13. Маслова И. Ю. Управление инновационными процессами на предприятиях машиностроения. Автореферат дисс. на соиск. Уч. степени кандидата экономических наук Нижний Новгород 2007, 24 с. с. 8-9.
14. Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M. İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf perspektivləri. Bakı: Elm, 2009.
15. "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasında İKT xüsusi diqqət mərkəzindədir. <http://ict.az>. 25 iyun 2012-ci il.
16. "Azərbaycan Respublikasında 2009-2015-ci illərdə Elmin inkişafı üzrə Milli Strategiya". Bakı, 10.04.2008-ci il. <http://www.science.gov.az>.
17. Ламыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент. Учеб.пособие. М.: ИНФРА-М, 2009, 236 с.
18. Marketing Myopia. Teodor Levitt. HBR Classics, 1960. - 31 p.
19. Фараджеева Р. Т., Управление организационно-экономическим механизмом венчурного финансирования инновационного процесса промышленности Азербайджана // Экономика та держава № 7/2011, s. 70-73.
20. Yahudov, İ.Seyfullayev. Müəssisələrin innovasiya fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının vergitutma aspektləri // Azərbaycanın Vergi jurnalı. 3/2013. S. 115-128.
21. Ahyev İ. Qeyri-neft sənayesinin inkişaf strategiyası // "Azərbaycan" qəzeti, 12 aprel, 2014

Исследование инновационной деятельности предприятия: теоретическое и практическое концептуальное обобщение

К.К. Бахшалиев

В данной статье инновационная деятельность интерпретирована с различных теоретических аспектов, определены цели инновационной деятельности, обоснована роль миссии компании в ее управлении. Раскрыты условия обеспечения и значений инновационной деятельности предприятий, обобщена практика проведения инновационной деятельности в предприятий, даны соответствующие рекомендации, связанные с ее совершенствованием.

Ключевые слова: инновационная деятельность, предприятие, миссия предприятий, бизнес инновации.

Investigation of innovative activities of the enterprise: theoretical and experimental conceptual generalization

K.Q. Bakhshaliyev

In the article was interpreted various theoretical aspects of innovative activity of the enterprise, were defined the goals of innovative activity, was based role of the enterprise's mission in the management of the innovative activities. Also, was disclosed the terms and importance of the provision innovative activity of the enterprise, generalized the experience of conducting innovative activity in enterprises and they were given appropriate advice in connection with the improvement it.

Key words: innovative action, enterprise, the mission of the enterprise, the business of innovation.